



Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)  
[Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)

La revista *Caras y Caretas* en la campaña electoral y el triunfo radical de 1916  
María Fabiola Di Mare L.  
Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 6, N.º 1, agosto 2020  
ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>  
FPyCS | Universidad Nacional de La Plata

## La revista *Caras y Caretas* en la campaña electoral y el triunfo radical de 1916

The magazine *Caras y Caretas* in the electoral campaign and the radical triumph of 1916

**María Fabiola Di Mare L.**

[fdimare@gmail.com](mailto:fdimare@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0003-1995-8203>

---

Becaria

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET)  
Facultad de Periodismo y Comunicación Social  
Universidad Nacional de La Plata | Argentina

### Resumen

Este trabajo forma parte de una investigación doctoral en curso, que comprende el análisis de la cuestión obrera y social en la revista *Caras y Caretas* en un periodo poco profundizado, la época del primer radicalismo (1916-1930). En este texto en particular, se abordan las caricaturas difundidas por el semanario a propósito de la campaña electoral presidencial y el ascenso de Hipólito Yrigoyen como presidente de la República. Se entienden las caricaturas como transmisoras de sentido y formas de representación de la realidad y la política del momento. La publicación empleó el humor gráfico para transmitir su posición política en torno a las elecciones y luego usó este recurso para tratar las primeras decisiones del presidente radical. Se percibe una carga estereotipante, estigmatizante y antipopular hacia Yrigoyen y hacia sus seguidores.

### Palabras clave

Caras y Caretas, elecciones 1916, caricatura, política.

## Introducción

La revista *Caras y Caretas* (en adelante CyC), fue la primera empresa periodística que surgió en la Argentina, en octubre de 1898. Este breve trabajo, que forma parte de una investigación doctoral en curso, propone abordar un periodo poco profundizado por los estudios existentes sobre la publicación, la época del radicalismo (1916-1930). En particular, este texto aborda la campaña electoral presidencial de 1916, la primera celebrada bajo la Ley Sáenz Peña de 1912, y los primeros tres meses del gobierno de Hipólito Yrigoyen. Se entiende la revista como un actor político que jerarquiza, incluye y excluye contenidos de sus repertorios temáticos en función de sus intereses (Borrat, 1989).

CyC destacó por el tratamiento fresco, ligero y ameno hacia los temas políticos. La caricatura formaba parte del contrato de lectura que estableció la publicación con su público. Estas transmiten sentidos y tienen una fuerte carga estereotipante. Es un recurso gráfico que establece representaciones. Tiene como ventaja la facilidad de la recepción. Esto obedece a que producen placer en el lector, son atractivas y generan sensibilidades. De igual forma, vistas en una revista de entretenimiento facilitan romper con el aburrimiento o el tedio cotidiano. El humor gráfico no tiene una denominación unificada. El "cartoon" es el dibujo de humor de cuadro único. La diferencia con la historieta es que el primero encierra en una sola viñeta la idea o el tema. Es un "dibujo que en un solo golpe de efecto transmite una idea humorística de raíz política, sociológica o filosófica" (Steimberg, 2013, p. 36).

En el caso de CyC, la caricatura fue el recurso usualmente empleado para tratar los temas vinculados con Yrigoyen, durante la campaña electoral de 1916 y su arribo a la presidencia a partir de octubre de ese año. Esta fue una etapa que marcó un hito para la política argentina, en tanto que las reglas electorales cambiaron. Por primera vez se eligió presidente de la república mediante la Ley Sáenz Peña de 1912, que permitió el sufragio masculino a través del padrón militar, reglamento reformado durante el mandato del presidente homónimo. Este hecho inauguró la necesidad de los políticos de hacer campañas democráticas al estilo moderno, con lo cual tienen que ganar adeptos y favoritismo de parte del público para lograr captar votos.

Los temas relacionados con la contienda electoral presidencial son recurrentes en la revista. En la portada del ejemplar N° 902, de fecha 15 de enero de 1916, la publicación dio cuenta de esto al representar a dos de los candidatos de la contienda, Lisandro de la Torre, del Partido Demócrata Progresista (PDP) e Hipólito Yrigoyen, de la Unión Cívica Radical (UCR). Estos se muestran pidiendo limosna, en referencia a

los petitorios que tienen que hacer los aspirantes para inclinar la preferencia o voluntad de los votantes. Se trata de la representación de dos figuras “emergentes” de la política en el momento.

Decimos emergentes porque se trata de dos candidatos que no representaban a los partidos tradicionales de la oligarquía. No obstante, es necesario referir lo que analiza Malamud (1995), en relación con el PDP, cuya creación fue una estrategia urdida por los conservadores para hacer frente a los radicales. Surgió como un partido moderno, antipersonal, nacionalista, para impedir el triunfo de Yrigoyen, a quien veían como una amenaza para sus intereses. Valga mencionar que este partido se conformó con radicales disidentes, como el propio de la Torre, conservadores, miembros del Partido Autonomista Nacional (PAN) y de la Liga del Sur. Otro propósito fue formar un frente común contra el poderoso Marcelino Ugarte, gobernador de Buenos Aires en ese momento. De hecho, la constitución de la fórmula del PDP, de la Torre-Villanueva, significó una fuerte puja interna entre los sectores conservadores-progresistas o promotores de la política de Sáenz Peña versus los que auspiciaron el sostenimiento del régimen oligárquico.

La caricatura que dibuja a estos dos candidatos, Hipólito Yrigoyen y Lisandro de la Torre, establecen de manera distintiva las cualidades y características de cada uno. De La Torre es representado con traje elegante, vestido de *smoking*, paraguas y toda la indumentaria de un hombre de clase alta. Yrigoyen, por el contrario, está dibujado de forma sobria, sin elegancia, como de hecho se le caracterizaba. El detalle del traje sin abotonar podría reflejar una actitud o personalidad más abierta y franca de parte del candidato radical, contraria al cuidado y lujo de la vestimenta del otro candidato. Y un detalle inconfundible agrega el caricaturista a esta representación: los sombreros de cada uno, elegante uno y de boina blanca el otro, signos inconfundibles de los dos partidos que representan, Partido Demócrata Progresista y Unión Cívica Radical. Ambos mantienen sus brazos extendidos y ruegan al “niño” que todavía es el año 1916, depositar en ellos la confianza para regir los destinos de la república. “El regalo del nuevo año. Si me molestan mucho se lo doy a otro”, dice con ironía este jovencito, recordando con ello la posibilidad de que, quien no aparece representado en este cuadro caricaturesco, termine llevándose la presidencia.



Tapa de CyC N° 902 (15-01-1916). Biblioteca Nacional de España.

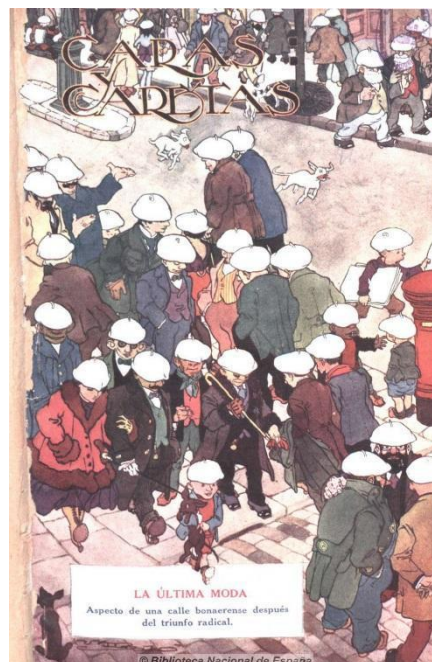
El género del humorismo gráfico comporta dos fases, la denotativa y la connotativa. La primera corresponde a un primer nivel de lectura; en la segunda etapa está el mensaje político o cultural, las ideas e ideología. Esta tapa en particular hace una burla sobre los dos candidatos presidenciales. Se les muestra “pidiendo limosna”, en actitud de súplica hacia los votantes, a quienes tienen que cautivar si quieren lograr el sillón de Rivadavia. La actitud de los dos personajes supone la poca posibilidad que tienen de alcanzar el triunfo. La caricatura destaca la ausencia de otros candidatos conservadores que tendrían más opciones para ganar.

El triunfo de Yrigoyen para los conservadores fue sorpresivo, no obstante el desgaste que suponía 30 años de régimen oligárquico. La creación del PDP, tejido bajo alianzas con sectores conservadores y reformistas de Santa Fe, Córdoba, Corrientes, Salta y Tucumán, pero enfrentado a los conservadores de Buenos Aires, no inclinó la balanza para evitar la victoria radical. Este último obtuvo el 45% de los votos, si bien no quedaba claro cómo se estarían conformados los votos en el Colegio Electoral<sup>1</sup>. Se creía que el líder radical no lograría los votos necesarios para ser proclamado por el Colegio Electoral. De hecho, este tema fue motivo de diversas caricaturas de tapa en CyC.

A fines de 1916 muchas caricaturas de tapas se dedicaron al recambio de gobierno, la llegada de Yrigoyen a la presidencia y sus primeras decisiones en medio del contexto de crisis económica y social. La tapa del N° 926 de fecha 01 de julio de 1916 se refiere a la proclamación de Yrigoyen como presidente electo. Abre con el

título “La última moda”, seguido de un texto que indica “aspecto de una calle bonaerense después del triunfo radical”. En la ilustración se observa una calle bastante concurrida por personas que portan boinas blancas. Se interpreta que están “de moda” las boinas blancas. Hay perros, niños, gentes de diverso fenotipo y edad, algunos en animosa charla. La concurrencia y aglomeración podrían indicar que se está ante la época del radicalismo, en la que irrumpen las masas, los trabajadores y en general los sectores de clase media. La caricatura sintetiza la visibilidad que la Unión Cívica Radical le otorgó a los sectores medios.

Las boinas blancas, color simbólico de la UCR, que refleja la transparencia y pulcritud que durante décadas pregonó este movimiento en aras de moralizar y sanear el ejercicio de la función pública. Al mismo tiempo, la caricatura refleja una sociedad plural, con hábitos urbanos y en plena efervescencia de sus sectores medios y populares que concurren al ágora pública y se interesan por lo que ocurre en el país. Son los sectores medios que toman visibilidad con el radicalismo.



Tapa de CyC n° 926 (01-07-1916). Biblioteca Nacional de España.

Como se ha venido refiriendo, hay formas distintivas en CyC de presentar las tendencias políticas. Posterior a las elecciones, el tratamiento hacia Yrigoyen sigue siendo humorístico. Con aparente ligereza y liviandad se tratan las propuestas del

nuevo presidente, a través del recurso de la caricatura. Esta analogía puede inferir que las propuestas y acciones del nuevo presidente carecen de seriedad. El poder suele ser objeto de crítica en todas las épocas y en estos casos, la ironía y el humor de la caricatura permiten hacerlo.

El año 1916, además de ser electoral, fue un periodo de crisis a causa de la Primera Guerra Mundial. La economía y la situación monetaria que atravesaba el país debido a la merma de ingresos que provocaba la guerra es un aspecto que establece marcas en el escenario político del momento. La economía era el gran desafío que tenía el nuevo presidente al asumir en 1916 y estos temas se destacaron en el repertorio de CyC. El tratamiento por lo general era humorístico. Ya los grandes diarios trataban estos problemas de forma seria y extendida, así que la revista se permitía atraer la atención de su público desde otra perspectiva, con desenfado.

El gobierno yrigoyenista llega al poder en medio de un shock negativo que comenzó en 1914 y se prolongó hasta 1919. Se produjo un fuerte recorte de los flujos comerciales internacionales y ello repercutió en el mercado interno (Gerchunoff, 1916). A Yrigoyen le correspondió gestionar la escasez de las arcas públicas, ya que el marcado descenso de las importaciones había generado una merma considerable en las fuentes de ingresos del Estado nacional. Las recaudaciones reales disminuyeron en 1916 a menos de la mitad de lo que se recaudó en 1913 (Ibidem, p. 90).

Al asumir Yrigoyen se encontró no solo con una deprimida recaudación sino también con un déficit fiscal abultado. Era un escenario de estrangulamiento financiero que implicaba reducir las erogaciones, contraer el gasto, congelar las vacantes o ingresos al estado, así como reducir sus inversiones y prácticamente paralizar la obra pública. El presupuesto debía ajustarse al escenario crítico y hacia estos temas apuntaron las caricaturas publicadas por CyC hacia fines del 1916 y principios de 1917.

El semanario decidió ironizar con respecto a las medidas de reducción de gastos y gestión de la crisis del nuevo gobierno. A las pocas semanas de asumir Yrigoyen, la publicación divertía a sus lectores con algunas decisiones del nuevo gobierno para ahorrar recursos. Una sección de caricaturas del español Manuel Redondo trataba estos temas el 09 de diciembre de 1916. Conformen un grupo viñetas que no tienen una secuencia de lectura a modo historieta, pero hay una relación entre ellas. Seguidamente, se explica la denotación y connotación de las mismas en el contexto del momento.

Una primera viñeta en el cuadrante superior izquierdo muestra la supuesta forma en que trabajarán dentro del Ministerio de Instrucción Pública, con la siguiente leyenda: "En el Ministerio de Instrucción Pública se harán grandes reducciones. Con una sábana blanca se separará la sección de profesores normales de las de maestros de trabajos infantiles". Otro recuadro relativo a la Secretaría indica que "unos altillos, contruidos en los despachos de los ministros, y sobre su cabeza, además de ganar espacio, facilitarán el traslado de expedientes de un lugar a otro, para perder el tiempo". En este chiste se muestran tres sujetos bien vestidos que mueven la polea que traslada pesados documentos, mientras otros dos están abajo sentados alrededor de un escritorio.

Otro recuadro del Ministerio de Marina manifiesta que "con las torres blindadas de los ya inútiles acorazados, montados en la azotea de la Casa Rosada, se instalará ampliamente el Ministerio de Marina y aún sobraré inmenso espacio alrededor". Asimismo, otro dibujo que ilustra una pila de libros de ortografía, sintaxis, gramática y prosodia expresa que "por espíritu de ahorro, en las leyes y decretos se suprime la ortografía (nada de letras mudas e inútiles); la sintaxis, prosodia y analogía, para economizar el costo de los libros y el tiempo que se pierde en estudiarlos". De igual modo, el Ministerio de Obras Públicas, uno de mucha importancia en el país, enseña dos empleados rodeados de telarañas dentro de un espacio hacinado, gruta o sótano, indicando que esta cartera "se instalará bien en los sótanos donde hay muchas obras que hacer. Los ingenieros de alcantarillas trabajarán cómodamente y dentro de su propio elemento". Y, por último "los relojes estarán parados para que no se gaste la cuerda, y los empleados ganen en puntualidad, al no perder la noción del tiempo en las carreras"

Otro aspecto destacado es que, en lugar de emplear globos de diálogos, Redondo utiliza un recurso gráfico al estilo europeo con narraciones al pie de imagen. La ilustración ameniza los chistes que ironizan las medidas tomadas por el gobierno radical frente a la crisis económica. En todas las imágenes la connotación refiere la existencia de una burocracia estatal trabajando sobre medidas innecesarias, fútiles, superficiales e insuficientes. Estas caricaturas refieren con sarcasmo que las decisiones tomadas por el gobierno radical en nada alteran el escenario crítico planteado ni van al fondo de la cuestión. Se toman como medidas de escritorio, meros arbitrios burocráticos que no hacen nada respecto de la obra pública, la inflación o el déficit fiscal.

De igual forma, estas críticas apuntan en contra de la medida del gobierno yrigoyenista de sostener el empleo estatal y recortar las obras públicas. Por ello,

autores como Horowitz (2015) indican que Yrigoyen promovió el “patronato del estado”. En 1916, aun cuando congeló las vacantes, decidió no despedir a ningún trabajador y esta medida no fue bien vista por sectores patronales proclives a los despidos o la suspensión de salarios. La crítica en este caso va en contra de la “carga” que representan los trabajadores estatales. Según estas caricaturas, el gobierno mantiene abultadas las nóminas en un contexto de crisis, con lo cual se estaría sosteniendo empleados innecesarios. Estas caricaturas constituyen un cuestionamiento hacia lo que contemporáneamente se denominó como los “vagos” o los “ñoquis” dentro del estado.

El antiguo régimen hubiese resuelto esto con la fórmula del achique del estado y el ajuste a los trabajadores. Así que estas caricaturas apuntan a restarle mérito a las acciones del radicalismo para sortear la crisis. Otra página similar en este mismo ejemplar del 09 de diciembre refiere que “se declararán cesantes y sin jubilación, a los ocho caballos que tiraban del coche presidencial, por haber quienes espontáneamente tiren de él”. En esta viñeta se observan cinco hombres, visiblemente del pueblo, que tiran del coche. Se interpreta como una burla hacia los seguidores o adeptos al gobierno, al establecer una comparación de éstos con caballos o mulas que arrastrarán la carreta del nuevo presidente.

No debe olvidarse que se trata de la llegada a la presidencia de un gobierno popular, algo que generó, primero incredulidad, pero luego temor en sectores elitistas. Estos consideran a los adeptos al radicalismo como una amenaza, al ser un “chusmerío” o “pobrerío”, gentes sin instrucción, ignorantes o analfabetos. Para los nacionalistas esto suponía una amenaza a la estabilidad de la república.

En ese sentido, hay una profunda noción contraria al pueblo en estas caricaturas, que era parte del discurso de los intelectuales de la época. Debe recordarse las conferencias patrióticas de Leopoldo Lugones clamando por el retorno de la espada ante el peligro e insidioso avance de las ideologías subversivas, lo cual representaba un riesgo para la nacionalidad argentina. En estos discursos que profundizó Halperín (2015), Lugones se refería al peligro del avance de la inmigración y de las corrientes progresistas, entre las que también se incluía al radicalismo por poner en el centro al pueblo, a los trabajadores y a los sectores populares como prioridad en la agenda del gobierno.

## Referencias



Borrat, H. (1989). *El periódico, actor político*. Barcelona, España: Editorial Gustavo Gili S.A.

CyC (1916, enero 15). "El regalo del nuevo año". N° 902. Caricatura de tapa

CyC (1916, julio 01). "La última moda". N° 926. Caricatura de tapa

Gerchunoff, P. (2016). *El eslabón perdido. La economía política de los gobiernos radicales (1916-1930)*. Buenos Aires, Argentina: Edhasa.

Halperín D., T. (2015). *Las tormentas del mundo en el río de La Plata. Cómo pensaron su época los intelectuales del siglo XX*. Buenos Aires, Argentina: Siglo Veintiuno.

Horowitz, J. (2015). *El radicalismo y el movimiento popular (1916 - 1930)*. Buenos Aires, Argentina: Edhasa.

Malamud, C. (1995). "El Partido Demócrata Progresista: un intento fallido de construir un partido nacional liberal-conservador". *Desarrollo Económico*, 1995; 138 (35): 289-308.

Redondo, M. (1916, diciembre 09). "Las economías". *CyC*, N° 949, pp. 48-49.

Rock, D. (2010). *El radicalismo argentino. 1890-1930*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.

Steimberg, O. (2013). *Leyendo historietas. Textos sobre relatos visuales y humor gráfico*. Buenos Aires, Argentina: Eterna Cadencia.

## Nota

---

<sup>1</sup> Con un total de 747.471 votos, la UCR obtuvo 340.802 sufragios (45,6%), mientras su cercano contrincante, el Partido Demócrata Progresista, logró 99.000 votos (13%). Los radicales ganaron mayoritariamente en la Capital Federal, Córdoba, Entre Ríos, Mendoza, Santiago del Estero y Tucumán, pero fueron minoría en la provincia de Buenos Aires, Catamarca, Corrientes, Jujuy, La Rioja, Salta y San Juan (Rock, 2010, p. 74).